

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TIKET.COM DI SURABAYA

Farhans Rofiandi Muharram
Farhansrofiandi98@gmail.com
Anton Eko Yulianto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This study aims to test the impact of the price and the service quality toward the satisfaction the tiket.com customers in Surabaya. The type of this study is a quantitative research with the associative population approach which is applied by the tiket.com application users in Surabaya. For collecting the samples, this study applies the probability sampling with 100 customers. The data of this study is the primary data which are collected by distributing questionnaires. The technique for collecting the data is the libert scale, while the technique of this study is the multiple linear regression. The result of this study is the data instrument test through the normality, the multicollinearity, the validity test, the reliability test, the classic assumption test, the heteroscedasticity shows that the applied variables do not defy the requirements. On the other hand, the result of the F test and the coefficient determination, the regression model which are applied in this study, are appropriate. The result of this study's hypothesis shows that the service quality and the price give positive and significant impact to the customers satisfaction. The significant result for the coefficient determination (R^2) is 0,747. It means that 74,4% variables of the customers satisfaction is impacted by the service quality and the price. It clarifies that the level of the customers satisfaction will be improved if the quality service and the price are improved as well.

Keywords: the quality service, the price, and the customers satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini Bertujuan untuk menguji pengaruh harga Dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tiket.com di Surabaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif populasi yang digunakan adalah pengguna aplikasi tiket.com di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 pelanggan. Jenis data yang digunakan adalah yaitu bersumber dari data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner. Teknik pengumpulan data dengan skala libert sedangkan Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini yaitu uji instrumen data melalui normalitas, Multikolineritas, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, heteroskedastisitas yang menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan tidak melanggar syarat yang ditentukan. Sedangkan hasil uji F dan koefisien determinasi, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan. Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil perolehan signifikan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,747. Ini berarti bahwa 74,4% variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga. Hasil ini mengidentifikasi bahwa kepuasan pelanggan makin meningkat bila terdapat peningkatan pada kualitas pelayanan dan harga.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu perkembangan era globalisasi pariwisata yang saat ini semakin berkembang pesat, dan terdapat perubahan dimana perkembangan teknologinya membawa suatu hal yang baru dalam perkembangan era milenial, yang melalui dibidang kegiatan pemasaran. Teknologi informasi yang mendorong dalam memasarkan kebutuhan masyarakat yang dimana bergerak dalam bidang pariwisata, dan menawarkan jasa dalam bidang travel yang di sediakan oleh perusahaan Tiket.Com, dan pada Tiket.Com ini

menawarkan kepada konsumen berupa tiket kereta api, tiket pesawat, dan penginapan hotel, yang dimana perkembangan teknologi saat ini dapat mempermudah konsumen yang ingin berwisata dan mempermudah pelanggan untuk dapat melakukan berpergian kemana pun dan tidak akan merasa bingung atas kualitas pelayanan yang diberikan tiket.com.

Tabel 1
Transaksi PemesananTiket.com Tahun 2018

No	Jenis Transaksi	Jumlah	Presentase (%)
1	Pemesanan tiket kereta api	59	37,8
2	Pemesanan tiket pesawat	46	29,6
3	Pemesanan tiket pesawat dan tiket kereta api	45	28,8
4	Pemesanan hotel	6	3,8
	Total	156	100

Sumber: Data primer, diolah 2021

Berdasarkan data pada tabel 1 diatas menunjukkan sebagian besar konsumen hanya pernah melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api dengan jumlah 59 atau (37,8%), kemudian diikuti dengan 46 konsumen atau (29,6%) yang melakukan transaksi pembelian tiket pesawat dalam Tiket.com. Hal ini menunjukkan bahwa pemesanan tiket kereta api dan tiket pesawat terbang lebih populer dikalangan masyarakat dibandingkan dengan pemesanan hotel.

Pada tahun 2018 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 171,17 juta jiwa. Dimana angka tersebut setara dengan 64,8% dari total penduduk Indonesia yang mencapai 264,16 juta jiwa. Kehadiran teknologi berperan penting dalam mempermudah kehidupan masyarakat seperti yang bergerak dibidang perdagangan elektronik (*e-commerce*) yang merupakan perusahaan bisnis yang terdapat jaringan elektronik seperti internet. Fenomena ini menunjukkan banyaknya pebisnis pariwisata yang mengembangkan usahanya secara *online*. Perkembangan tersebut membuat perubahan yang baik dalam kalangan masyarakat seperti bergerak disektor pariwisata. Pelanggan dapat mengakses aplikasi yang memiliki jaringan *e-commerce*. Dalam perdagangan melalui internet dinilai memiliki lebih banyak keuntungan dalam jangkauan yang lebih luas dan mengurangi biaya yang lebih rendah dalam kehidupan masyarakat di era globalisasi. *Pt Global Tiket Network* merupakan perusahaan yang memiliki fokus pada sebuah *web* dengan situs tiket.com dengan fitur *booking dan ticketing* online yang memberikan pelayanan reservasi tiket perjalanan dan penginapan. Tiket.com mulai menjalin kerja sama dengan tiga maskapai di Indonesia yaitu Lion Air, Sriwijaya dan Batavia pada awal tahun 2016, dan juga tiket.com telah melakukan kerja sama dengan PT.KAI sehingga memungkinkan bahwa konsumen dapat memesan tiket kereta api secara online melalui aplikasi tiket.com yang dimana dapat dinikmati oleh pelanggan diseluruh Indonesia. Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Tiket.com di Surabaya?,(2) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Tiket.com di Surabaya?, (3)Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tiket.com di Surabaya?.

TINJAUAN TEORITIS

Kepuasan Pelanggan

Menurut mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan. Hal ini merupakan penilaian bahwa suatu bentuk keistimewahan dari suatu barang atau jasa yang memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan suatu

kebutuhan, dan termasuk sebagai kepuasan konsumen yang telah memberikan harapan kepada pelanggan, dengan merasakan puas dengan mendapatkan pelayanan yang terbaik.

Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan (*service quality*) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2004:59). Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan perusahaan yaitu harapan pelanggan (*expectation*) dan kinerja perusahaan yang dirasakan konsumen (*performance*)., jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan berkualitas

Harga

Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk dan jasa. Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan unsur bauran pemasaran atau pendapatan bagi perusahaan. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan dengan berbagai hal “murah” atau “mahal” nya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Untuk mengatakannya perlu terlebih dahulu dibandingkan dengan harga produk serupa yang diproduksi atau dijual perusahaan lain.) harga memiliki dua peranan utama dalam pengambilan keputusan pembelian, yaitu peranan alokasi dari harga dan peranan informasi harga.

1. Peranan alokasi harga, yaitu harga dapat membantu para pembeli dalam memperoleh manfaat yang diharapkan. Dengan demikian adanya harga dapat membantu untuk membeli berbagai barang atau jasa sesuai kebutuhan konsumen dalam memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.
2. Peranan informasi harga, yaitu harga dapat mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produksi atau manfaat secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.

Penelitian Terdahulu

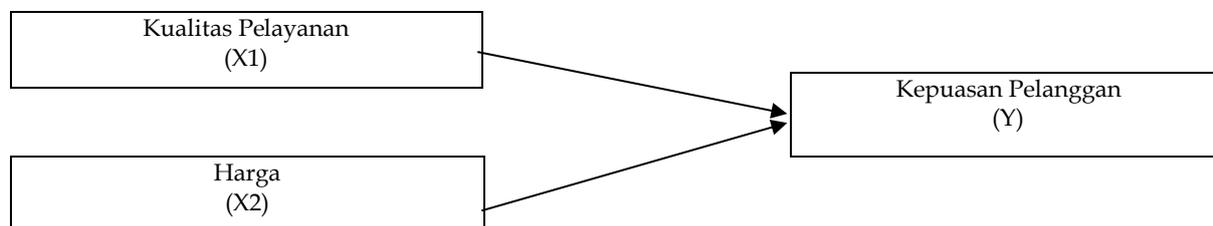
Penelitian ini bertujuan untuk dijadikan sebagian bahan acuan dalam melihat seberapa pengaruhnya hubungan antara variabel independen (Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan), dan variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) yang memiliki kesamaan dalam penelitian yang dimana dijelaskan oleh penelitian terdahulu dibawah ini antara lain:

Menurut Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati (2013) Penelitian ini merupakan penelitian dari Selvy normasari, Srikandi kumadji, Andriani kusumawati yang berjudul. “pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, dalam citra perusahaan” pada tahun 2013 yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap pelanggan Penelitian ini menggunakan metode jenis penelitian yang menggunakan metode (*eksplanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden yang menggunakan jasa aplikasi tiket.com. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan analisis deskriptif, analisis jalur (*Path analysis*)

Menurut Elia Ardyan Penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini adalah Elia Ardyan (2012) yang berjudul “Pengalaman konsumen membangun kepuasan dan pengaruh harga (studi empiris pada konsumen Paragon Mall Semarang)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana pengalaman konsumen dapat membangun kepuasan dan pengaruh harga pada pelanggan penginapan hotel di surabaya. Penelitian ini dilakukan pada 188 responden yang merupakan konsumen dari Paragon Mall Semarang.

Teknik analisis yang digunakan adalah (*Structural Equation Model*). penelitian ini bersifat kuantitatif data yang didapatkan melalui responden.

Rerangka Konseptual



Gambar 1
Rerangka Konseptual Penelitian

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam penelitian ini dilakukan oleh Rachman (2014), yang menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut (Saputra, et al. (2016) menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan penelitian terdahulu, maka peneliti dapat mengajukan kepada hipotesis yang pertama sebagai berikut:

H1: kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam penelitian ini yang dilakukan oleh Rachman (2014) menyimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelanggan. Menurut Lailia, et al. (2012) menyimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka peneliti dapat mengajukan kepada hipotesis sebagai berikut:

H2 : harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian survei. Dimana informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan data kuantitatif yang akan diuji realibilitas dan validitasnya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian menggunakan kuisioner.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pada pengambilan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh oleh populasi (Sugiono, 2014: 115). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Definisi metode *purposive sampling* menurut Sugiono, (2014) adalah "Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu". Sampel dari penelitian ini adalah sebagian dari pelanggan Tiket.com di Surabaya. Maka jumlah sampel dapat ditentukan menggunakan formula dari *lemesshow*, maka dapat dihitung dengan rumus yang ada dibawah ini:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{D^2}$$

Keterangan:

n= jumlah anggota sampel

Z= harga standart normal (1,976)

P= estimasi proporsi populasi (0,5)

D= internal/ penyipanan (0,10)

Q=1-P

Jadi besar sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,976)^2(0,5)(0,5)^2}{(0,1)^2} = 97,5$$

Dari hasil perhitungan tersebut diketahui hasil dari jumlah sampel 97,5 dibulatkan menjadi 100, jadi jumlah anggota sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengelolaan dari data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengetahui jenis data dalam penelitian skripsi ini, maka penelitian akan menggunakan data subjek (*Self-Report Data*). Data subjek merupakan jenis data penelitian berupa opini, sikap, pengalaman, atau karakteristik seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subjek penelitian (responden). Jenis data penelitian yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari pelanggan yang pernah menggunakan aplikasi booking tiket.com yang terdiri dari identitas responden, tanggapan responden tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu variabel *independent* (variabel bebas) dan variabel *dependent* (variabel terikat). Variabel *independent* terdiri dari Kualitas Pelayanan (KPe), dan Harga (Hrg), sedangkan variabel *dependent* terdiri dari Kepuasan Pelanggan (KEp).

Variabel Dependen

Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini disebut sebagai tanggapan respon pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan Tiket.com.

Indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dilihat dengan teori Kolter dan Suwardi (2011) yaitu:

- 1.pembelian ulang
- 2.Word Of Mouth

Variabel Independen

Kualitas Pelayanan dalam perusahaan yang bergerak dibidang *e-commerce* menjadi sesuatu yang sangat penting sebagai penentuan keberhasilan suatu perusahaan. Layanan adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak. Dalam penelitian ini dapat diukur dengan indikator.

- 1.berwujud
2. daya tanggap

Harga adalah sejumlah uang yang dibebaskan atau suatu produk yang dimana jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan atas manfaat-manfaat yang memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Dalam penelitian ini dapat diukur dengan indikator

- 1.tingkatan harga
- 2.potongan harga

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan pengelompokan data berdasarkan pada variabel dan jenis responden dengan metabelasi data atas berdasarkan variabel dengan seluruh responden dengan menyajikan data pada tiap variabel yang diteliti dengan melakukan perhitungan untuk menjawab masalah dan melakukan perhitungan pada hipotesis.

Uji Validasi

Menurut Ghozali (2011) uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan bahwa sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Validitas akan menunjukkan sejauh mana kecermatan dan ketepatan suatu alat ukur dalam fungsi ukurnya atau memberikan hasil yang akurat dengan perhitungan yang dapat dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Scine*) untuk menentukan nomer-nomer yang valid dan yang gugur. Data dikatakan valid bila Sig < 0,005 dan perlu konsultasi dengan tabel r produk moment

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu alat untuk mengukur kuisisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Pengukuran reliabilitas pada penelitian ini adalah dengan cara *one shot method* atau pengukuran sekali saja.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2013:110) tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian variabel lainnya yang mengasumsikan bahwa nilai residu mengikuti distribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ketidaksamaan atau perbedaan dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis terhadap atas pengaruh variabel independen dan variabel dependen dengan dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda. Pada analisis regresi dapat digunakan memprediksi atas pengaruh dua variabel antara variabel independen dan variabel dependen baik secara persial atau simultan. Pada menguji pengaruh ini kepada variabel independen terhadap variabel depeden menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b1 = Koefisien Regresi dan Kualitas Pelayanan

b2 = Koefisien Regresi dan Harga

x1 = Kualitas Pelayanan

x2 = Harga

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi dapat digunakan seberapa besar variabel-variabel independen yang mampu memberikan penjelasan mengenai variabel dependen apabila nilai R² berkisar 0 sampai 1, Maka koefisien determinasi dapat disimpulkan sebagai berikut Jika nilai R² mendekati 1 maka menunjukkan bahwa kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat secara silmutan semakin kuat. Jika nilai R² mendekati 0, maka kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat secara silmutan semakin rendah.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2011) uji kelayakan model dilakukan untuk mengukur atas ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual secara statistik. Dalam uji kelayakan model dapat diukur dari nilai statistik F yang menunjukkan apakah variabel independen yang telah dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh pada variabel dependen kriteria pengujian menurut Ghozali (2011) sebagai berikut Apabila nilai F <0,05 maka model penelitian dapat dikatakan layak. Apabila nilai F >0,05 maka model penelitian dapat dikatakan tidak layak.

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan menguji seberapa jauh atas pengaruh variabel independen yang digunakan penelitian secara individual untuk menerangkan variabel dependen secara parsial menurut Ghozali (2012:98) sebagai berikut apabila nilai signifikan t < 0.05, maka H₀, terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikan t >0.05 maka H₀, tidak memiliki pengaruh signifikan pada satu variabel independen dan variabel dependen

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai suatu data pada sebuah variabel, apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas berfungsi untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal.

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	N	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.79871872
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.104
	Negative	-.086
Test Statistic		.104
Asymp. Sig. (2-tailed)		.010 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : olahan data primer SPSS 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas pada tabel 2 menunjukkan bahwa besarnya nilai Asymp sig.(2-tailed) sebesar .010^c hasil ini sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan maka

dapat disimpulkan bahwa data pada model tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang memiliki model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi antara variabel independent jika nilai VIF melebihi 10, maka variabel tersebut memiliki multikolinearitas yang tinggi.

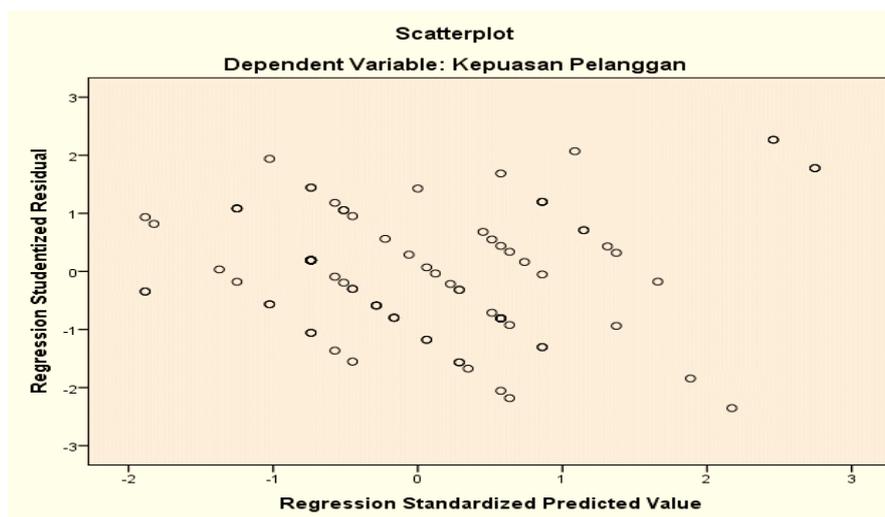
Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.937	1.067
	Harga	.937	1.067

Sumber : Olahan data primer SPSS 2021

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas tabel 3 di atas menunjukkan bahwa besarnya nilai VIF pada variabel bebas dijadikan model penelitian lebih kecil dari 10, sedangkan nilai *Tolerance* mendekati 1. Hal ini sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau disebut juga dengan bebas dari multikolinearitas, sehingga variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

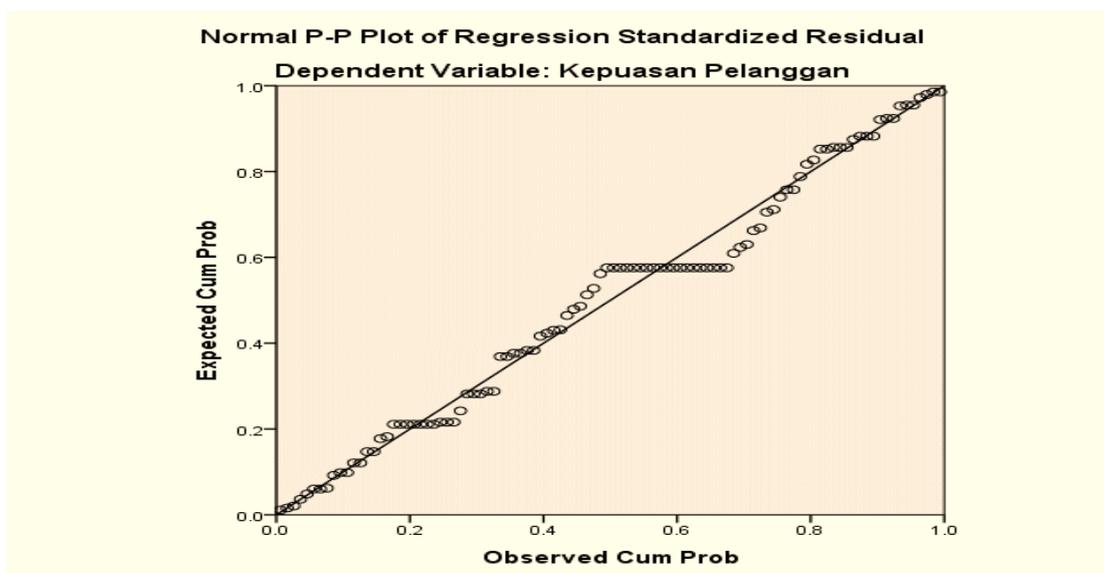
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2
Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas pada gambar 2 di atas digunakan untuk melihat hasil uji dari model regresi dalam pengamatan suatu tujuan yang menguji apakah model regresi terjadi memiliki ketidaksamaan variance dan residual suatu pengamatan

Hasil Uji Pendekatan Grafik



Gambar 3
Uji Pendekatan Grafik

Hasil pada gambar 3 diatas menunjukkan uji pendekatan grafik yang dipakai untuk menilai normalitas data dengan pendekatan grafik yaitu Normal p-p *plot of regression standart*, dengan pengujian ini disyaratkan bahwa distribusi data penelitian harus mengikuti garis diagonal antara 0 dan pertemuan sumbu X dan Y. grafik normalitas disajikan dalam gambar diatas

Hasil Analisis Uji F

Uji F ini dilakukan untuk mengetahui variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini memiliki tingkat kelayakan pada uji F. Penelitian ini menggunakan variabel harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, uji F dalam pengujian tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4
Hasil Uji F
Annova

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	186.883	2	93.441	143.512	.000 ^b
Residual	63.157	97	.651		
Total	250.040	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: olah data primer 2021

Hasil uji F pada tabel 4 menunjukkan hasil signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan didapatkan hasil nilai F (hitung) > F (tabel) yaitu sebesar 93,441 dimana artinya variabel kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam aplikasi *booking* tiket.com di Surabaya.

Hasil Uji Koefisiensi Determinasi R²

Uji koefisien determinasi R² digunakan untuk menggambarkan kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel kepuasan pelanggan dalam suatu penelitian. Analisis koefisien korelasi R dimaksudkan untuk mengukur keeratan suatu hubungan. Sehingga semakin besar R² maka semakin tepat persamaan regresi linear. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5
Hasil Uji Determinasi Berganda (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.865 ^a	.747	.742	.807

Sumber: olah data primer 2021

Hasil uji koefisien determinasi pada tabel 5 diatas menunjukkan bahwa nilai R² adalah sebesar 0,747 atau 74,2% yang dapat menunjukkan bahwa 74,4% persentase besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga terhadap variabel kepuasan pelanggan sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan dari variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun kriteria pengujian dengan menggunakan uji t sebagai berikut:

1. Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak yang artinya harga dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Tabel 6
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.488	.911		3.829	.000
	Kualitas Pelayanan	.394	.044	.469	8.899	.000
	Harga	.704	.060	.618	11.726	.000

Sumber: olah data primer 2021

Hasil Uji T pada tabel 6 diatas digunakan untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan, harga terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil uji t pengaruh terhadap variabel kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan pelanggan yang dapat dilihat pada tabel diatas

1. Pengaruh kualitas pelayanan diatas menunjukkan hasil yang dapat diperoleh terhadap kepuasan pelanggan yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa

booking tiket.com di Surabaya. Nilai signifikan variabel kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak H1 diterima.

2. Pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan pada tabel diatas diketahui bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *booking online* tiket.com di Surabaya. Nilai signifikan variabel harga sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak H1 diterima.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *booking online* tiket.com di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melebihi harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Hal ini sesuai dengan kutipan dari Lovelock et al. (2010:152) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dipandang oleh konsumen melalui kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan dan kemudian dirasakan dan diukur oleh konsumen apakah memenuhi harapan secara individu sesuai dengan yang dipersepsikan dengan kata lain berpotensi membuat pelanggan lari.

Dari uraian diatas maka disimpulkan terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Yang artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam perusahaan yang bergerak dibidang *e-commerce* menjadi sesuatu yang sangat penting dalam keberhasilan suatu perusahaan. Dimana kualitas pelayanan mempunyai tingkat keunggulan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai yang signifikan, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan terhadap perusahaan tiket.com

Hasil ini menunjukkan semakin baik harga yang ditawarkan oleh *booking online* tiket.com, maka semakin tinggi konsumen yang menggunakan jasa *booking online* tersebut. Keterjangkauan harga yang ditawarkan maka akan membuat konsumen merasa puas dengan harga yang telah diberikan oleh tiket.com, dimana akan membuat konsumen akan mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan. Selain itu dengan adanya daya saing harga yang kompetitif antar aplikasi *booking online* lainnya, maka persepsi harga dengan kualitas produk yang diberikan serta manfaat yang akan membuat konsumen tertarik dengan penjualan tiket.com dibandingkan dengan aplikasi *booking online* lainnya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lezun et al (2014) yang menunjukkan bahwa harga sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari penjelasan diatas maka dapat dikatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tiket.com di Surabaya. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan tiket.com di Surabaya. Artinya jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan berkualitas.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan tiket.com di Surabaya. Artinya harga yang semakin terjangkau, sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan yang diberikan oleh perusahaan tiket.com, maka akan membuat kepuasan pelanggan semakin puas dan meningkat.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yang bisa dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa dan mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Hasil penelitian ini kemungkinan akan berbeda jika dilakukan pada wilayah lainnya.
2. Penelitian ini menggunakan 2 variabel independent yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga penulis mengharapkan partisipasi aktif penelitian berikutnya untuk meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti variabel kualitas produk, variabel citra merek dll.

Saran

Berdasarkan pembahasan serta simpulan yang telah dikemukakan tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dibidang yang sama dapat mencoba untuk menambah variabel bebas lainnya, sehingga dapat memberikan hasil dan gambaran penelitian yang lebih baik, lengkap dan sangat bermanfaat.
2. Bagi Tiket.com
 - a. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel kualitas pelayanan terletak pada indikator daya tanggap dimana meningkatkan kualitas pelayanan dengan cepat dan tanggap yang akan membantu konsumen apabila mengalami kesulitan dalam pemesanan.
 - b. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel harga terletak pada kesesuaian harga produk yang ditawarkan dimana dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang menggunakannya

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A, David. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategis Marketing Research*. Badan Salemba Empat. Jakarta Selatan.
- Burhan Bungin. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif.. "Komunikasi, Ekonomi, Edisi Kedua"*. Penerbit: Prenada Group.
- Elia Ardyan. (2012). *Pengalaman Konsumen Membangun Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Empiris pada Konsumen Paragon Mall)*. *Graduasi*, Vol 28. ISSN 2088-6594, Semarang.

- Elia Ardyan. (2013). Pengalaman Konsumen Membangun Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. (*Studi Empiris pada Konsumen Paragon Mall*), Graduasi. Vol 28. ISSN 2088-6594, Semarang.
- Fandy and Gregorius. 2012. Pemasaran Strategik: *Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, Hingga e-Marketing*. Edisi 3.
- Faradina, Anissa dan Satrio, Budhi. (2016). "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Cantik Alamanda. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 7, Juli 2016. Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi*.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, M. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, Vol 3 No. 3. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Gulla, Rendy. (2015). "Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Grace Inn. *Jurnal EMBA Vol. 3 No.1 Maret 2015*, Hal. 1313-1322, Manado.
- Handrianto, Yopi. (2016). "Analisis Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pengguna website layanan akademik. *Jurnal Teknik Komputer. Universitas Bina Sarana*.
- Imam Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Irawan, Handi. (2002). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*,. PT. Elex Media Komputindo. Kotler, P. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler Philip dan Gary, A. 2016. *Principles of Marketing (Edisi Ke Enam Belas)*, Global Edition. Penerbit: Pearson Education Limited.
- Kotler Philip, Gary. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi satu: Erlangga, Jakarta.
- Lee, G.G. and Lin, H.F. (2005) 'Customer perceptions of e-service quality in online shopping', *Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 33, No.2.
- Lovelock, C., J. Wirtz, dan J. Mussry. (2010). *Pemasaran Jasa*. Edisi 7. Jilid 2. Erlangga.
- Ni Made dan Ni Nyoman. (2012). "E-Service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Internet Banking. *Jurnal Keuangan dan perbankan*, hlm. 293-306. Universitas Udayana, Jakarta.
- Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol.6 No.2.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta. Bandung. Pelayanan. *Jurnal Pengembangan Humaniora* 11(1). Swasta, Busu, dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, 2004, Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi II Cetakan Ketiga. Andi Offset, Yogyakarta
- Tony Wijaya. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servoqual, QFD, dan Kano*. Edisi kedua, Tahun 2011.
- Wahyuno, Cahyo. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Hotel Anugerah Glagah Indah Temon Kulon Progo*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Yogyakarta.